

Com digitalização, foco em eletrônicos e mudança no comportamento do consumidor, fintech impulsiona nova fase do crédito planejado no Brasil

O consórcio deixou de ser associado apenas à compra de carros e imóveis e passou a ocupar espaço no consumo cotidiano dos brasileiros. Em meio ao crédito caro, juros elevados e maior preocupação com endividamento, produtos como smartphones e notebooks passaram a ser adquiridos via consórcio — movimento que ajudou o segmento de eletroeletrônicos e bens móveis duráveis a crescer 141,3% em 2025, segundo o “Anuário do Sistema de Consórcios 2026”, divulgado pela ABAC.

O avanço sucede a alta de 124,8% registrada em 2024 e marca o segundo ano consecutivo de crescimento acima de 120% no segmento. Em uma década, o setor acumula expansão de 3.525%, consolidando uma das maiores transformações recentes do mercado de crédito brasileiro.

Por trás desse movimento está o [Klubi](#), empresa de tecnologia e única autorizada pelo Banco Central a oferecer crédito por meio de consórcios e que, hoje, responde por mais de 70% do crescimento do setor de consórcios de eletrônicos no país. Ao digitalizar a experiência do consórcio e transformar a modalidade em uma alternativa mais acessível, transparente e alinhada ao comportamento digital do consumidor atual, a empresa se tornou protagonista de uma nova fase da categoria.

“O que vemos hoje é uma mudança muito clara na relação das pessoas com crédito. O consumidor está mais informado, entende melhor o peso dos juros no orçamento e começa a priorizar previsibilidade e planejamento financeiro”, afirma Eduardo Rocha, CEO e fundador do Klubi.

O crescimento acontece em meio a um cenário de forte pressão sobre o consumo financiado no país. Dados da Pesquisa de Endividamento e Inadimplência do Consumidor (Peic), da Confederação Nacional do Comércio de Bens, Serviços e Turismo, mostram que 80,4% das famílias brasileiras estão endividadas atualmente, enquanto cerca de 49,7% da renda da população já está comprometida com dívidas, segundo o Banco Central. Em paralelo, modalidades como cartão de crédito e crédito pessoal seguem operando com taxas frequentemente superiores a 50% ao ano.

Nesse contexto, o consórcio passa a ocupar um espaço diferente dentro do mix de crédito brasileiro. Mais do que uma alternativa para consumidores sem acesso a financiamento, a modalidade começa a ser vista como uma escolha estratégica por consumidores que querem reduzir custos financeiros e evitar o parcelamento impulsivo.

“O consórcio deixou de ser alternativa para virar estratégia financeira”, diz Eduardo Rocha. “Existe um consumidor mais consciente, que entende o custo real do crédito e busca soluções que tragam mais controle financeiro. Essa mudança de comportamento é muito relevante e deve continuar acelerando nos próximos anos.”

A transformação também revela uma mudança importante nas prioridades de consumo dos brasileiros. No Klubi, os smartphones lideram com folga a procura dentro da categoria de eletrônicos, seguidos por notebooks. Segundo a fintech, isso mostra que o consumo está cada vez mais ligado a itens considerados essenciais para trabalho, estudo, comunicação e geração de renda.

“O smartphone virou praticamente uma infraestrutura pessoal. Hoje ele concentra trabalho, banco, estudo, mobilidade e entretenimento. O consumidor continua querendo acesso à tecnologia, mas está buscando fazer isso de forma financeiramente sustentável”, afirma Rocha.

Diferentemente do modelo tradicional de consórcio, o Klubi estruturou uma jornada totalmente digital para a compra de eletrônicos. Após a contemplação e a liberação do crédito, a aquisição do produto acontece diretamente pelo aplicativo, com pagamento via Pix tanto em lojas online quanto

físicas.

No caso de compras digitais, o consumidor seleciona o produto na loja, confirma as informações pelo aplicativo e conclui a etapa de pagamento dentro do fluxo da plataforma. Já em lojas físicas, a liberação do valor pode ser feita via QR Code ou chave Pix vinculada ao estabelecimento.

Segundo o Klubi, a proposta é transformar o consórcio em uma ferramenta de troca planejada de aparelhos, reduzindo a dependência de modalidades de crédito com juros elevados e trazendo mais previsibilidade financeira para o consumidor.

“O consórcio de celular não é sobre adiar consumo, mas sobre consumir de forma consciente”, afirma Eduardo Rocha. “Nós criamos uma experiência onde cliente resolve tudo pelo celular, com simplicidade, transparência e controle financeiro.”

A plataforma também possui mecanismos para garantir aderência às regras da modalidade. Caso o valor do produto seja superior ao crédito disponível, o aplicativo solicita automaticamente o pagamento da diferença. Da mesma forma, itens fora das diretrizes do consórcio podem ter a operação bloqueada dentro do fluxo digital, reforçando a segurança e conformidade da operação.

Os dados da ABAC mostram que as vendas de cotas do segmento ultrapassaram pela primeira vez a marca de 200 mil adesões, chegando a 200.795 contratos em 2025, alta de 51% na comparação anual. O tíquete médio também registrou forte crescimento e atingiu R\$ 21,62 mil em dezembro do ano passado, avanço de 183,4% em relação ao mesmo período do ano anterior.

Para o Klubi, parte importante dessa expansão está ligada à digitalização da modalidade. Historicamente associado a processos burocráticos e jornadas pouco transparentes, o consórcio passou por uma modernização acelerada nos últimos anos, aproximando-se da experiência oferecida por outras plataformas digitais de produtos financeiros.

Embora ainda exista concentração entre consumidores na faixa dos 30 anos — perfil predominante da base do Klubi —, a modalidade vem atraindo públicos cada vez mais variados. O crescimento é puxado principalmente pela classe média e por consumidores com menor acesso ao crédito tradicional, além de registrar equilíbrio crescente entre homens e mulheres.

Segundo o executivo, o principal traço em comum entre os clientes não é demográfico, mas comportamental. “São pessoas que querem consumir com mais consciência financeira. Existe uma migração gradual do imediatismo para um consumo mais planejado, especialmente em um cenário econômico mais incerto.”

Os números do mercado reforçam a dimensão dessa transformação. Em 2025, o sistema de consórcios movimentou R\$ 500,27 bilhões em créditos comercializados, crescimento de 32,1% sobre o ano anterior. O setor também ultrapassou pela primeira vez a marca de 12 milhões de participantes ativos e registrou recorde histórico de 5,16 milhões de novas adesões.

Para os próximos anos, a expectativa do Klubi é de continuidade da expansão, impulsionada pela combinação entre juros elevados, encarecimento dos eletrônicos e mudança estrutural no comportamento do consumidor brasileiro.

“O crescimento do consórcio de eletrônicos não é apenas uma tendência de produto. Ele reflete uma transformação mais profunda na forma como o brasileiro se relaciona com crédito, consumo e planejamento financeiro”, conclui Eduardo Rocha.

Sobre o Klubi

O [Klubi](#) é a única fintech autorizada pelo Banco Central a operar como administradora de consórcios no Brasil. Fundado em 2020 por Eduardo Rocha, nasceu com a proposta de modernizar o setor e ampliar o acesso ao crédito no país. Combinando tecnologia e eficiência operacional,

oferece uma experiência digital robusta e é líder em avaliações no segmento. É criador do Consórcio Digital de Celular, o maior consórcio de eletrônicos do Brasil. Seus produtos são distribuídos em parceria com grandes players, como Vivo, Localiza, C6 Bank, PicPay, Stone, Cyrela, CVC, OLX, iCarros e 99. Com crescimento acelerado e forte tração no mercado, atraiu investidores de peso, entre eles Igah Ventures, L4 Venture Builder, Vivo Ventures e Parallax Ventures, além de nomes como Paulo Veras, Guilherme Bonifácio (iFood) e Elie Horn (Cyrela).

Fonte: VCRP, em 17.07.2026